

Los candidatos a Presidente gastaron hasta \$4 millones por día en redes: qué lugar ocupó la seguridad

12/08/2023



La campaña con miras a las PASO que se celebrarán este domingo tuvo un final abrupto y sombrío. El asesinato de Morena, la nena de 11 años que fue abordada por dos delincuentes cuando se dirigía a la escuela, conmocionó a la sociedad y puso fin a los actos proselitistas del oficialismo y la oposición.

La inseguridad se metió de lleno en la campaña y cada espacio articuló una estrategia diferente para abordar el caso. Preocupado por el voto bronca, el precandidato a presidente Sergio Massa dijo que la seguridad debe ser una “cuestión de Estado” y le pidió al electorado que no deje de ir a votar el domingo. Horacio Rodríguez Larreta exigió respuestas a la Justicia y aseguró: “No tenemos que resignarnos a situaciones como esta”. Su rival en la interna, Patricia Bullrich, mostró un tono más duro y sostuvo que los

niveles de inseguridad “no dan para más”.

La **inseguridad no fue eje central** de esta campaña. La situación económica abarcaba, hasta hace tan solo días, casi la totalidad de la agenda de los precandidatos. Algo que incluso puede verificarse en los anuncios que los postulantes a la presidencia realizaron en redes sociales: la gran mayoría apuntan a la inflación, el dólar y medida para mejorar el bolsillo de los trabajadores.

En el último mes, **el gasto en redes creció de manera exorbitante**: TN comprobó que algunos de los dirigentes que quieren llegar a la Casa Rosada **invertieron hasta \$4 millones por día** para dar a conocer sus ideas y propuestas.



Los gastos se realizaron desde los propios perfiles de los candidatos o partió desde las cuentas oficiales que promocionan las ideas o actividades de los precandidatos. A modo de ejemplo, el candidato a gobernador bonaerense Axel Kicillof gastó \$16 millones desde su perfil -que pagó con fondos de Unión por la Patria PBA- y otros \$42 millones desde la cuenta “Derecho al futuro”, el slogan de su campaña.

Cuánto gastaron los precandidatos a presidente en redes sociales

Entre el 10 de julio y el 8 de agosto, los registros públicos de *Meta* contabilizaron que la cuenta **Unión por la Patria** había gastado **\$51.200.000** en anuncios. Casi todos tenían como protagonista a Sergio Massa y muy pocos a **Juan Grabois**, su rival en la interna, que en estos últimos 30 días -desde su propio perfil- solo destino a anuncios unos \$742 mil. Este gasto al que accedió TN suma lo destinado a *Facebook* e *Instagram* y no tiene en cuenta otras redes como *TikTok*. El dinero de UxP partió de lo recaudado a través de aportes privados.

Lejos de quedarse atrás, **Axel Kicillof** llevó adelante una millonaria campaña en redes para intentar hacer una buena elección en las PASO. El gobernador y postulante a continuar cuatro años más en el cargo destinó en total **\$58 millones** que partieron desde su propio perfil y “Derecho al Futuro”.

A los gastos del oficialismo se le deben sumar los que realizó el jefe de Gobierno porteño, **Leandro Santoro**, que en estas últimas semanas publicó anuncios por un total de \$2,4 millones. El origen de los fondos fue Unión por la Ciudad.



Sergio Massa y Axel Kicillof tuvieron fuertes gastos en redes sociales. (Foto: Twitter/@SergioMassa).

El gasto en redes en la oposición: Schiaretti, el que más invirtió y diferencias entre Larreta y Bullrich

Tal como ocurre con Massa y Grabois, entre **Horacio Rodríguez Larreta** y **Patricia Bullrich** también puede apreciarse una diferencia en la cantidad de dinero que gastan en redes sociales. Mientras el jefe de Gobierno porteño destinó **\$25.668.238** (con fondos de Juntos por el Cambio) la exministra de Seguridad informó una inversión de **\$3.835.233** en sus anuncios, pagados con dinero de Juntos por el Cambio – La fuerza del Cambio.

En la disputa por la provincia de Buenos Aires, el precandidato a gobernador bonaerense **Diego Santilli** gastó \$18,5 millones en redes, mientras que su rival en la interna **Néstor Grindetti** unos \$3,1 millones, que en su gran mayoría fueron pagados con dinero del propio postulante. Los últimos días para Grindetti no fueron fáciles: el crimen de Morena ocurrió en Lanús, en donde el postulante es intendente

en uso de licencia desde abril de 2023.



Patricia Bullrich y Horacio Rodríguez Larreta compiten en la interna de Juntos por el Cambio. (Foto: Télam).

El precandidato a jefe de Gobierno porteño **Martín Lousteau** es otro de los postulantes que más dinero gasta en redes. Desembolsó **\$29.500.000** en estos últimos 30 días, que partieron de Juntos por el Cambio -Capital Federal. Su rival en la interna, **Jorge Macri**, destinó **\$14.400.000**, que tienen una particularidad: \$2,8 millones fueron pagados por el exintendente de Vicente López. Salieron de su bolsillo.

Los últimos dos casos de este informe son más que llamativos. Por un lado, el precandidato a presidente Javier Milei es el único que no invirtió un solo peso -al menos desde sus perfiles oficiales- en la campaña en redes. Nada. Los registros de Meta no contabilizaron ni una erogación. Llamativamente, es uno de los más populares y con mayor interacción.



Acto de lanzamiento de la candidatura presidencial de Juan Schiaretti y Florencio Randazzo como vice (Foto: NA – Daniel Vides).

Todo lo contrario ocurre con **Juan Schiaretti**, postulante a la presidencia por Hacemos por **Nuestro País**, que desde las cuentas “Hacemos”; “Hacemos por nuestro país” y “Levantemos Argentina” gastó en los últimos 30 días unos **\$120.600.000** con diversos anuncios sobre sus propuestas e ideas, las que quiere llevar adelante con **Florencio Randazzo** como postulante a la vicepresidencia.

Fuente: TN